



HOP OM BORD PÅ FACEBOOK-BÅDEN OG UNDGÅ LIVET SOM ENSOM ROBINSON CRUSOE!

Hvis uddannelsesbiblioteker skal indtage en væsentlig plads både i uddannelsessektoren og ikke mindst i de studerendes mind-set, så er det alfa og omega, at vi for alvor bryder med fordommene om passiv vidensbank og støvet elite. Vi skal op i båden med de studerende, svinge roret, drikke rommen og gå planken ud mindst en gang pr. semester! Hurtigbåden hertil hedder de "sociale medier" og inddragelse af de studerende.

AF IDA FALLETIN, IDAF@KEA.DK, UDVIKLINGSKONSULENT, KØBENHAVNS ERHVERVSAKADEMIS BIBLIOTEK, KEA FORSKNING & INNOVATION

Det er ikke nogen nyhed, at man som proaktivt uddannelsesbibliotek anno 2014 er nødt til at tænke i begreber som målgruppeorientering og brugerinnovation. Der er ingen tvivl om, at de fleste uddannelsesbiblioteker har en masse gode intentioner, når det gælder inddragelse af de studerende, men der er derimod længere mellem snapsene, når det gælder konkrete bud på reel inddragelse. Ofte sidder vi lidt for længe og venter på, at de studerende kommer til os. Vi har groft sagt en indgroet selvforståelse af at sidde med guldet, mens en del af vores studerendes foretrækker plastiksmykker.

"Kan de ikke indse, hvor vigtige vi er", sukker vi højlydt, og beundrer vores komplette samling af databaser, bøger, tidsskrifter og tilbud om informationssøgning m.m. Pointen er bare, at præcis som universiteterne skal ned fra elfenbenstårnet, så skal vi, som uddannelsesbiblioteker, ned fra bogstakken, glemme formaningerne, og i stedet selv træde frem i rampelyset og tilpasse os de studerendes kontekst. Det er vores ansvar, at alle studerende (ikke blot de flinke) finder os relevante og meningsfulde. Derfor skal vi række ud, skabe relationer og bevise vores værd. Vi er nødt til at møde de studerende der, hvor de er, på deres side af søen – for nu at blive i vandmetaforerne!

Facebook – genvej til brugerne

På KEA Københavns Erhvervsakademi har vi ligesom på de fleste andre uddannelsesinstitutioner oplevet en mængde fusioner og sammenlægninger. Diversiteten i uddannelserne og fagområderne er blevet langt større og de studerende mere mangfoldige. For nogle af de studerende er biblioteket en naturlig forlængelse

af studiet, mens vi for andre i bedste fald er uvedkommende. Det har krævet, at vi i endnu højere grad end tidligere har skullet oparbejde en detaljeret fornemmelse for de studerendes behov og relevanser. Nøgleordene her har for os været formidling og involvering.

Som et led i en række outreach-tiltag valgte vi således at flytte en del af vores formidling væk fra de mere traditionelle kommunikationskanaler såsom hjemmeside og intranet og over på de studerendes foretrukne formidlingsarena: Facebook. (facebook.com/keabibliotek)

Ikke fordi Facebook er nogen mirakelkur for oversete uddannelsesbiblioteker, men fordi Facebook netop er bygget op omkring: interaktion og ikke mindst inddragelse på brugernes præmisser.

Identitet og re-branding

Det stod fra begyndelsen klart, at satsede vi på Facebook, så krævede det en stor forståelse for vores studerendes ageren på de sociale medier. Faren for at være den kiksede bibliotekar på Facebook lå os kun alt for nær. Hele humlen ved de sociale medier er jo netop lysten til at vedkende sig hinanden og offentligt stå ved denne vedkendelse. Det handler i bund og grund om identitet og selviscenesættelse, noget som de fleste unge og dermed også vores studerende er meget optaget af. Den største udfordring var således overhovedet at blive "venner" med vores studerende på Facebook. Ven med mit bibliotek – til offentligt skue! Hmm, det kræver måske sin studerende? For os handlede det meget om at bryde rammerne for,

hvordan både vi selv og vores studerende tænker *bibliotek*. Balancegangen mellem at have en tone og stil, der matcher platformen, og stadig fremtræde kompetent og fagligt robust er essentiel. Det handler om fingerspidsfølelse og autenticitet, men også om at re-brande os overfor studerende, der måske har blandede erfaringer og holdninger til biblioteket.

Strategi og stramme leveregler

Samtidig var det selvfølgelig afgørende, at vi ikke, i vores formidlingsrus, skræmte de studerende, der allerede brugte os, væk. Pointen bliver dog ved med at være, at der selv her er et kæmpe potentiale for at udvikle os i kontekst med de studerende.

For at opnå både kontekstualisering og balance opstillede vi en række leveregler for vores færden på Facebook:

- 1
Tonen skal være personlig, humoristisk, autentisk, og vi skal give noget af os selv som personale
- 2
Der skal afsættes personale-ressourcer, så kvaliteten af opslag er kontinuerlig
- 3
Der skal være stringens i formidlingen og indholdet i opslagene
- 4
Opslagene skal lægge op til inddragelse af de studerende via: spørgsmål, konkurrencer, interviews
- 5
Den visuelle del og billedeside skal appellere til de studerende
- 6
Indholdet skal lægge op til deling og spredning via Facebook. Blandt andet via billeder og snapshots af de studerendes brug af biblioteket
- 7
Opslag skal skifte mellem fagligt og socialt indhold
- 8
Der skal max. postes en nyhed om dagen, så vi ikke spammer
- 9
Indholdet skal formidle vores tilbud, samling og ressourcer – gerne via visuelle billeder
- 10
Opslagene skal have nyhedspræg og tale direkte til de studerende.

Efter at vi tog springet og kravlede om bord i de studerendes Facebook-båd er det lykkedes os at få næsten 1700 følgere blandt vores 5000 studerende. OG hermed en hurtig og ikke mindst direkte kommunikationskanal der fungerer begge veje, og som vi før kun kunne drømme om.

Det er selvfølgelig en proces, og vi udvikler løbende sitet til det bedre. Bedst af alt har det givet os en bedre følelse for, hvor vores studerende er lige nu. Hvad bider de på? Hvad virker ikke? Og hvordan kan vi tilpasse vores tilbud? Vi modtager lynhurtig feedback, hvad enten det er et smil eller en kold skulder.

Endelig har sitet givet vores studerende en større følelse af ejerskab overfor biblioteket, de poster selv indhold, kommunikerer med os, reagerer på vores opslag og kommer med ris og ros. Netop ejerskab er essentielt her, og er noget vi tilstræber i al vores formidling – hvad enten det gælder vores online tilstedeværelse, fysiske indretning af biblioteksrummet eller konkrete ydelser og tilbud. Værdien af medejerskabe kan ikke understreges nok.

Vi tog springet – men lod rommen stå!

Det har været et spring at omdefinere vores formidling og approach, og det har krævet en del af personalet. Vi har brugt os selv i formidlingen, og det skal man gå ind til med åbent sind. Formidlingen er blevet professionaliseret og Facebook er tænkt ind i en overordnet strategi for, hvordan vi gerne vil opfattes og formidle til de studerende. Sammenhængen med vores øvrige kanaler og generelle ageren i hverdagen er essentiel her. Ellers bliver det fake og overflade.

Ikke desto mindre er det bidende nødvendigt, at vi som uddannelsesbiblioteker konstant inddrager de studerende og deres undervisere i vores fælles udvikling og proces. Google, Wikipedia og open access ånder os i nakken, og vi er nødt til at tilpasse os det med de studerendes briller på. Ellers risikerer vi simpelthen at blive underprioriteret, og det er problematisk både for os, de studerende, uddannelsessektoren og ikke mindst i forhold til den generelle befolknings evne til at navigere kritisk i en verden af stigende informationsflow. Om løsningen går via Facebook eller ej, er ikke essentielt, men vi er nødt til at se ud over skranken og kontinuerligt have fokus på vores relationsskabende arbejde - i øjenhøjde med vores målgruppe.

Lad os tage debatten om, hvordan vi bedst gør det, således at vi bevarer vores høje faglighed, men udvider vores kernekompetencer til også at inkludere outreach og vedkommende formidling. Så fat badetøjet, kom om bord i båden og spring ud. Det er nu ikke så koldt!

